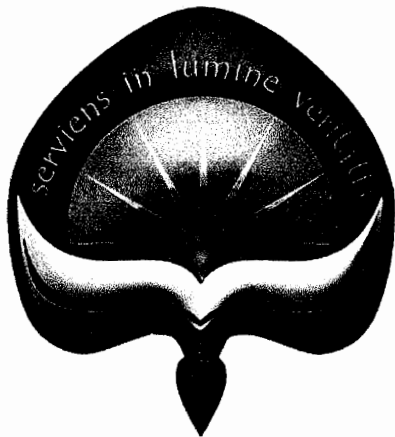


STRATEGI PESAN DAN STRATEGI MEDIA KAMPANYE SOSIAL

(Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di Wilayah Kota Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana S.Ikom

oleh

RR. HARUMI MAYA NUGRAHAENI

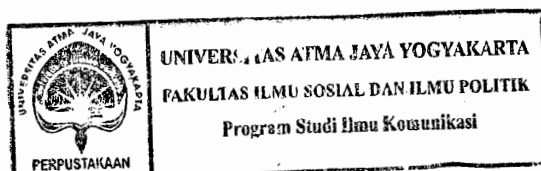
06 09 03023 / kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011



HALAMAN PERSETUJUAN

Strategi Pesan dan Strategi Media Kampanye Sosial

(Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di Wilayah Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S. Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

RR. HARUMI MAYA NUGRAHAENI

No. Mhs : 03023 / KOM

disetujui oleh :

Dr. Phil Yudi Perbawaningsih, M. Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pesan dan Strategi Media Kampanye Sosial
(Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di Wilayah Kota Yogyakarta)

Penyusun : RR. Harumi Maya Nugrahaeni

NIM : 06 09 03023

Telah diujikan dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin / 18 Juli 2011

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M. Si

Penguji Utama

Dr. Phil Yudi Perbawaningsih, M. Si

Penguji I

Ike Devi Sulistyaningtyas, S. Sos., M. Si

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

yang bertandatangan di bawah ini:

a : RR. Harumi Maya Nugrahaeni

Mahasiswa : 06 09 03023

l Karya Tulis : **STRATEGI PESAN DAN STRATEGI MEDIA KAMPANYE
SOSIAL (Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di
Wilayah Kota Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis akhir ini benar-benar Saya
can sendiri.

Karya tulis ini bukan merupakan hasil plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang
ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis
akhir Saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari ada dugaan kuat ketidaksesuaian antara fakta dengan
ataan Saya, Saya bersedia menjalani proses verifikasi, dengan sanksi terberat berupa
atalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini Saya buat dengan kesadaran sendiri tanpa tekanan atau paksaan dari
manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 9 Juli 2011

Saya yang menyatakan,



RR. Harumi Maya Nugrahaeni

RR. HARUMI MAYA NUGRAHAENI

No. Mhs : 06 09 03023

STRATEGI PESAN DAN STRATEGI MEDIA KAMPANYE SOSIAL

(Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di Wilayah Kota Yogyakarta)

ABSTRAK

Kampanye sosial berorientasi pada ide atau gagasan yang bertujuan pada perubahan sosial. Demikian pula dengan Gerakan Sego Segawe yang bertujuan untuk mengajak masyarakat kembali memilih sepeda sebagai alat transportasi. Dalam aktivitas komunikasinya, Gerakan Sego Segawe merancang suatu strategi pesan dan strategi media sebagai upaya menarik masyarakat khususnya di wilayah Kota Yogyakarta untuk turut berpartisipasi pada gerakan ini. Penelitian berlandaskan pada teori yang dikemukakan oleh Robert E. Simmons yang mengembangkan model kampanye komunikasi sistem yang di dalamnya seluruh elemen perencanaan merupakan bagian dari proses terintegrasi, yakni semuanya harus mendukung sasaran pusat atau sebuah susunan yang tidak bisa tanpa ada komunikasi yang di dalamnya menjelaskan adanya tahapan strategi pesan dan strategi media. Dan metode yang digunakan adalah metode studi kasus mengenai strategi pesan dan strategi media Gerakan Sego Segawe dalam proses penyampaian tujuan kampanye melalui tema pesan yang diangkat, kreatifitas pesan, cara penyampaian pesan hingga penggunaan dan pemilihan media. Gerakan Sego Segawe memfokuskan strategi pesan pada perumusan pesan dan pengangkatan tema yang menarik dalam setiap pesan yang disampaikan. Sedangkan strategi media yang digunakan antara lain leaflet, spanduk, baliho, dan media audiovisual. Secara terperinci penelitian ini membahas elemen-elemen tersebut di atas mengingat diperlukan perencanaan yang terarah dan tidak mudah untuk menyadarkan masyarakat untuk kembali menggunakan sepeda sebagai alat transportasi.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Strategi Pesan, Strategi Media, Gerakan Sego Segawe



serviens in lumine veritatis

Karya ini aku persembahkan....

*Sebagai kado kecilku untuk Mamah tersayang
dan sahabat-sahabatku terkasih....*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kesehatan, keselamatan serta limpahan rahmat yang telah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “STRATEGI PESAN DAN STRATEGI MEDIA KAMPANYE SOSIAL dengan Studi Kasus pada Gerakan SEGO SEGAWA di Wilayah Kota Yogyakarta.”

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana. Dimana topik yang diangkat dalam penelitian ini adalah strategi pesan dan strategi media yang dirancang dalam Gerakan SEGO SEGAWA agar pesan yang disampaikan dapat tercapai sesuai tujuan yang diinginkan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dan dalam penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dorongan, informasi serta pengarahan maupun bimbingan. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan serta melimpahkan begitu banyak anugerah, kekuatan, kesehatan dan kemudahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Phil Yudi Perbawaningsih, M. Si selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing serta

membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kesabaran, bimbingan dan kemudahan yang Ibu berikan.

3. Ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M. Si selaku dosen penguji utama yang telah meluangkan waktu untuk menguji laporan peneliti. Terimakasih untuk saran yang membangun penulis.
4. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S. Sos, M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi dan memberikan masukan-masukan yang sangat berharga untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini.
5. Ibu Yulia Rustiyaningsih, SIP, MPA selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dan Ketua Tim Penggerak Gerakan SEGO SEGAWA yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan dalam penelitian SEGO SEGAWA.
6. Pak Yohannes dan Mas Evak selaku Tim Penggerak SEGO SEGAWA, terimakasih karena sudah membantu peneliti dalam kemudahan memperoleh data.
7. Ibu Tutik di Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Yogyakarta, terimakasih untuk data publikasinya.
8. Papah, mamah, Dita dan seisi rumahku yang selalu memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kesabaran, kekuatan dan keyakinan yang selalu menguatkan dan menyakinkan peneliti.

9. Arief yang selalu menemani dan menyemangati peneliti. Terimakasih karena kesabaran dan pengertiannya.
10. Sahabat-sahabat edanku Monic, Fani, Hoho, Sinta yang selalu memberikan optimisme bagi peneliti. Tawa kalian, senyum kalian adalah penyejukku di kala stres. Terimakasih karena selalu ada dalam duka dan sukaku.
11. Lulu dan Rizki, terimakasih sudah menghadiri perhelatan pendadaran kemarin.
12. TU FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terimakasih untuk doanya akhirnya aku lulus.
13. SKK (Sekolah Karawitan Kraton) yang selama 5 bulan ini membuat peneliti merasa lebih rileks menghadapi skripsi. Makasih ya Saron ku.
14. Teman-teman dan semua pihak yang tidak bias disebutkan satu persatu oleh penulis. Terimakasih atas semua doa, bantuan dan motivasinya.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna menyempurnakan laporan skripsi yang peneliti buat.

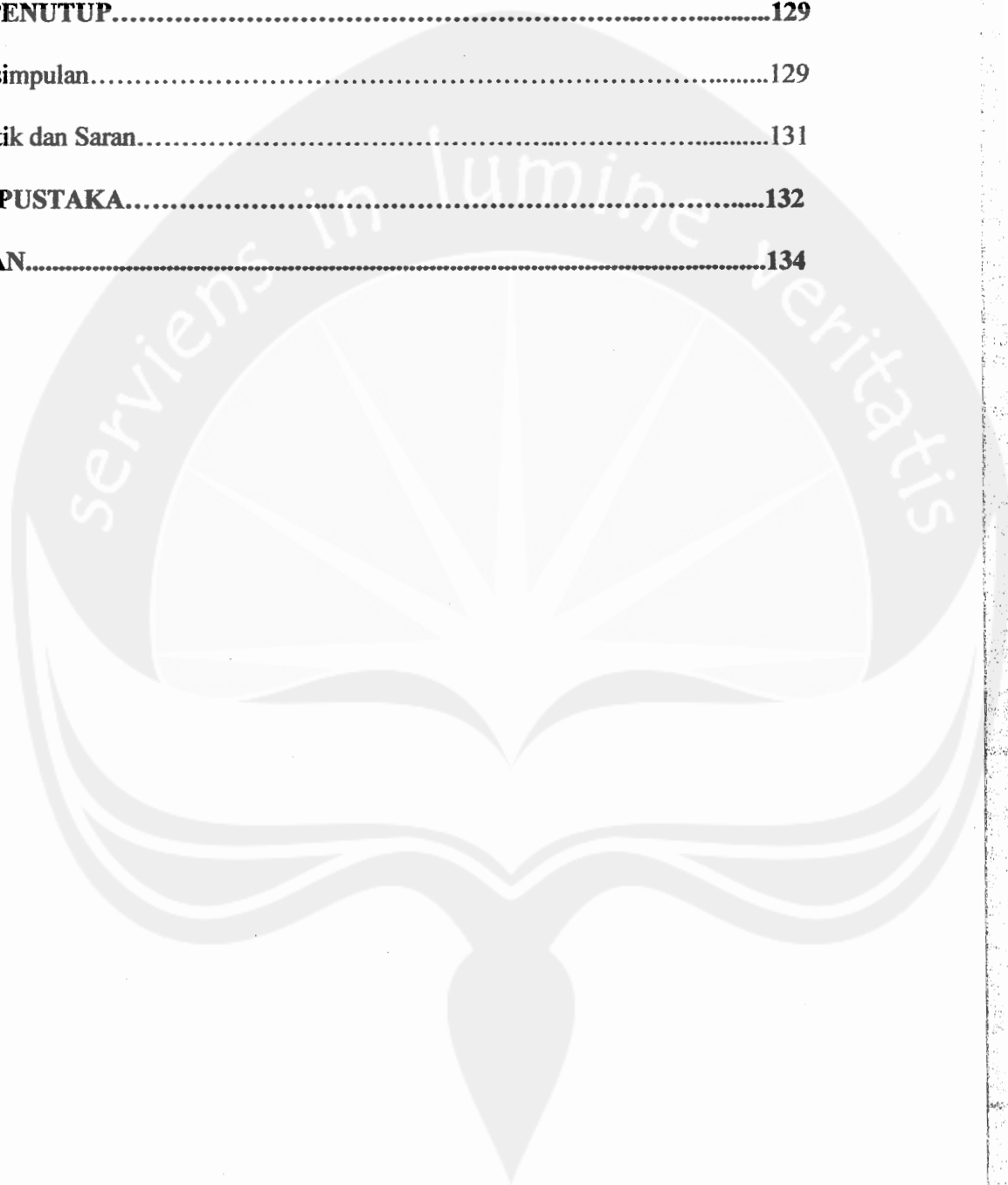
Yogyakarta, 1 Agustus 2011

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Bagan.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	8
E.1. Komunikasi Persuasi.....	8
E.2. Perencanaan Strategi Kampanye.....	14

E.3. Kampanye Sosial.....	36
F. Kerangka Konsep.....	42
F.1. Strategi Kampanye Sosial.....	47
F.2. Strategi Pesan.....	52
F.3. Strategi Media.....	57
G. Metodologi Penelitian.....	60
BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	66
A. Deskripsi Peranan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	66
B. Deskripsi Umum Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	67
B.1. Visi dan Misi.....	70
B.2. Sasaran.....	71
B.3. Susunan Tim Pelaksana.....	71
B.4. Program Agenda Penyebaran.....	73
BAB III. HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....	76
A. Hasil Temuan Data.....	76
A.1. Penetapan Khalayak Sasaran Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	76
A.2. Strategi Kampanye Sosial pada Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	79
A.2.1. Strategi Pesan pada Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	88
A.2.2. Strategi Media pada Gerakan SEGO SEGAWÉ.....	93
B. Analisis dari Interpretasi Data.....	97

BAB IV. PENUTUP.....	129
A. Kesimpulan.....	129
B. Kritik dan Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	134



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pengklasifikasian Sasaran.....	77
Tabel 3.2. Perencanaan Strategi Pesan dan Strategi Media.....	85
Tabel 3.3. Jenis Media yang Digunakan pada Gerakan SEGO SEGAWA.....	123

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Alur Komunikasi.....	10
Bagan 1.2. Komunikasi Dua Arah.....	13
Bagan 1.3. Skema Pendekatan Sistem.....	27
Bagan 2.1. Susunan Tim Pelaksana Gerakan SEGO SEGAWA.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Gerakan "SEGO SEGAWÉ".....	68
Gambar 3.1. Desain Kaos.....	106
Gambar 3.2. Baliho.....	107
Gambar 3.3. Leaflet Tampak Luar.....	108
Gambar 3.4. Leaflet Tampak Dalam.....	108
Gambar 3.5. Contoh Klip.....	109
Gambar 3.6. Contoh Klip.....	109
Gambar 3.7. Contoh Klip.....	110
Gambar 3.8. Contoh Klip.....	110
Gambar 3.9. Contoh Klip.....	110
Gambar 3.10. Contoh Klip.....	110
Gambar 3.11. Contoh Klip.....	111
Gambar 3.12. Contoh Klip.....	111
Gambar 3.13. Contoh Klip.....	112
Gambar 3.14. Contoh Klip.....	112
Gambar 3.15. Contoh Klip.....	113
Gambar 3.16. Contoh Klip.....	113
Gambar 3.17. Desain Kartu Peserta.....	114
Gambar 3.18. Desain Pesan.....	114

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1
- Lampiran 2
- Lampiran 3
- Lampiran 4
- Lampiran 5
- Lampiran 6
- Lampiran 7
- Lampiran 8
- Lampiran 9
- Lampiran 10
- Lampiran 11
- Lampiran 12
- Lampiran 13
- Lampiran 14
- Lampiran 15
- Lampiran 16
- Lampiran 17
- Lampiran 18
- Lampiran 19
- Lampiran 20